TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Gỗ Việt tìm dư địa tăng thị phần tại Australia

05:53 31/10/2026

Xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam sang Australia tiếp tục tăng trong năm 2026, nhưng tốc độ này vẫn chưa tương xứng với quy mô và đà mở rộng của thị trường. Bài toán đặt ra với doanh nghiệp không chỉ là tìm thêm khách hàng mà còn phải nâng khả năng cạnh tranh để giành thêm thị phần.

Dư địa lớn nhưng thị phần chưa tương xứng

9 tháng năm 2026, Việt Nam xuất khẩu 125,4 triệu USD gỗ và sản phẩm gỗ sang Australia, tăng hơn 7% so với cùng kỳ năm trước. Kết quả này giúp Việt Nam duy trì vị trí nhà cung cấp lớn thứ bảy tại thị trường Australia.

Tuy nhiên, đặt trong tổng thể thị trường, con số trên vẫn cho thấy dư địa đáng kể. Theo bà Trần Thị Thanh Mỹ, Trưởng Thương vụ Việt Nam tại Australia, năm tài chính 2024-2025, Australia nhập khẩu khoảng 6,83 tỷ AUD lâm sản và gỗ, tương đương 5 tỷ USD, tăng khoảng 5%.

Đáng chú ý, nhu cầu gỗ phục vụ xây dựng tại Australia được dự báo có thể tăng khoảng 50% từ nay đến năm 2050. Đây là nền tảng để các doanh nghiệp Việt Nam tính toán chiến lược dài hạn thay vì chỉ khai thác những đơn hàng ngắn hạn.

Sản phẩm gỗ và nội thất Việt Nam còn dư địa mở rộng thị phần tại Australia khi nhu cầu nhập khẩu của thị trường này tiếp tục tăng.

Trong đó, nội thất là một phân khúc đáng chú ý. Năm 2024, Australia nhập khẩu khoảng 557 triệu USD bàn, ghế, tủ, giường và các sản phẩm nội thất phòng khách, phòng ngủ. Người tiêu dùng có xu hướng ưu tiên thiết kế hiện đại, tối giản, màu sắc tự nhiên và sản phẩm có độ bền cao.

Điều này mở ra hướng đi cho doanh nghiệp Việt Nam: thay vì cạnh tranh chủ yếu bằng giá, có thể tập trung vào các sản phẩm có thiết kế phù hợp, khả năng sử dụng linh hoạt và giá trị gia tăng cao hơn.

Tuy nhiên, khoảng trống thị trường cũng đồng nghĩa với cạnh tranh lớn. Doanh nghiệp Việt phải đối mặt với nguồn cung từ Trung Quốc, Malaysia, Indonesia về giá thành, mẫu mã và tốc độ giao hàng. Trong khi đó, lãi suất, chi phí sinh hoạt và sự chững lại của thị trường nhà ở Australia đang khiến sức mua của người tiêu dùng thận trọng hơn.

Nâng giá trị đơn hàng thay vì chỉ tăng sản lượng

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng cao, một yếu tố có thể giúp doanh nghiệp Việt tạo khác biệt là khả năng kiểm soát toàn bộ chuỗi cung ứng và chứng minh nguồn gốc nguyên liệu.

Theo Thương vụ Việt Nam tại Australia, các quy định liên quan đến chống khai thác gỗ bất hợp pháp được Australia tăng cường từ tháng 3/2025. Nhà nhập khẩu đối với các sản phẩm thuộc diện điều chỉnh phải thu thập thông tin về loài

gỗ, nơi khai thác, cơ sở cung ứng và thực hiện đánh giá rủi ro.

Với doanh nghiệp xuất khẩu, điều này đồng nghĩa hồ sơ nguyên liệu phải được chuẩn bị từ sớm. Thông tin về nguồn gỗ, vùng trồng, cơ sở chế biến và chứng từ cần thống nhất, có khả năng truy xuất khi đối tác yêu cầu.

Ngoài nguồn gốc, doanh nghiệp cũng phải tính đến yêu cầu về an toàn sinh học, kiểm dịch và nhãn mác. Bao bì gỗ xuất khẩu vào Australia phải đáp ứng các quy định kiểm dịch thực vật, trong đó có những trường hợp phải xử lý nhiệt hoặc xông hơi khử trùng.

Theo bà Trần Thị Thanh Mỹ, nếu không đáp ứng yêu cầu, hàng hóa có thể bị giữ lại, tái xuất hoặc phát sinh chi phí, qua đó ảnh hưởng trực tiếp đến tiến độ và uy tín của doanh nghiệp.

Do đó, cơ hội tại Australia đang chuyển từ câu chuyện “thị trường có lớn hay không” sang câu chuyện “doanh nghiệp Việt có đủ năng lực để giữ đơn hàng và nâng giá trị hay không”. Việc tham gia các hoạt động B2B, hội chợ chuyên ngành xây dựng, nội thất như Sydney Expo, Melbourne Build Expo hay Design Show Australia có thể giúp doanh nghiệp tìm đối tác, nhưng yếu tố quyết định vẫn là chất lượng sản phẩm, nguồn gốc minh bạch và khả năng cung ứng ổn định.

Với quy mô nhập khẩu hàng tỷ USD, Australia vẫn là thị trường đáng để ngành gỗ Việt Nam đầu tư dài hạn. Song để biến dư địa thành thị phần, doanh nghiệp cần hướng tới những đơn hàng có giá trị cao hơn, thay vì chỉ chạy theo tăng trưởng sản lượng.

Nam Sơn *(t/h)*